EBOOK FREE Sunbook MZBOOK media

Tất tần tật về MARKETING Instagram

Duong Kobo's Book Club

Tủ sách Kỹ thuật số
dành cho
Kindle & Kobo

SCAN TO JOIN

Tất tần tật về marketing trên Instagram

1. Instagram là gì?

Instagram là nền tảng quảng bá sản phẩm và tiếp cận khách hàng thông qua hình ảnh và video, mang đến cho các công ty, nhãn hàng cơ hội để giới thiệu sản phẩm một cách nhanh chóng, độc đáo và sáng tạo nhằm thu hút và tiếp cận khách hàng ở mức độ sâu hơn.

2. Ứng dụng Instagram trong marketing

Sáng tạo nội dung hấp dẫn

Nội dung không phải là yếu tố chính được chú trọng nhiều trong Instagram, nhưng để tối ưu được hiệu quả sử dụng hình ảnh thì text cũng đóng góp một phần không nhỏ.

Một số mẹo để sở hữu những mẩu nội dung thu hút follower trên Instagram:

• Sử dụng câu quảng cáo ngắn

Ngắn nhưng phải thu hút, mặc dù bạn có thể viết dài nhưng sử dụng những đoạn ngắn dừng lại ở 200 ký tự là phù hợp nhất. Thay vì viết dài hãy ngồi lại chắt lọc ra những từ, những cụm từ, những ý đắt giá nhất, thú vị nhất để truyền tải tới người đọc.

• Đưa ra lợi ích hấp dẫn

Khách hàng họ chỉ quan tâm sản phẩm, dịch vụ có lợi gì cho mình mà không quan tâm đến cấu phần, tính năng vượt trội của sản phẩm. Nếu như hình ảnh thu hút được ánh nhìn của khách hàng thì giờ đây nội dung mô tả của bạn chắc chắn phải được sử dụng

để khiến khách hàng hiểu về giá trị và lợi ích bạn bạn đem tới cho người dùng.

• Giảm giá và ưu đãi có giới hạn thời gian

Đây là điều kích thích người xem hành động vì lợi ích và tính cấp thiết của nó. Khách hàng đều thích giảm giá khi mua hàng dù ít dù nhiều, họ thường mong freeship dù mua bất cứ vật dụng gì. Cộng thêm việc giới hạn thời gian, nó đã kích thích người dùng hành động ngay lập tức thay vì chần chừ suy nghĩ.

• Đặt giá bán ngay trong mô tả nếu bạn đang bán hàng

Nếu bạn đang bán sản phẩm dịch vụ, hãy đặt giá bán ngay trong chính phần mô tả của mình. Có thể lượt tương tác không như mong đợi của bạn nhưng tỷ lệ chuyển đổi cao hơn nhiều.

• Miễn phí nên được nêu bật

Nếu bạn chạy chiến dịch và có yếu tố miễn phí trong đó hãy chắc chắn rằng có cụm từ miễn phí trong phần mô tả của bạn. Và một số cụm từ như quà tặng, ưu đãi… cũng kích thích người dùng không kém.

• Call to Action là điều không thể thiếu

Trong bất kỳ tình huống gì, cứ cần đến hành vi của khách hàng hỗ trợ thì Call to action là điều quan trọng bậc nhất. Một số từ mà bạn có thể tham khảo: Thử ngay, Tìm hiểu thêm, Mua ngay, Đăng ký, Đọc ngay, Khám phá…

Trước Call to Action bạn có thể thêm một chút sự gấp gáp bằng việc khiến người xem quảng cáo hiểu rằng chương trình giảm giá hoặc khuyến mại gì đó của bạn chỉ diễn ra những khoảng thời gian nhất định. Để hối thúc họ đưa ra quyết định ngay.

Visual là chìa khóa của chiến lược

Instagram là nơi cung cấp Platform để có thể truyền thông, xây dựng thương hiệu và bán hàng là sản phẩm, dịch vụ mà bạn cung cấp. Mọi hình ảnh được trình bày và lựa chọn theo chủ đề phù hợp với đúng hình ảnh thương hiệu của bạn.

• Tiếp cận nhiều người hơn

Nền tảng này có hàng triệu người dùng và đang được gia tăng mỗi ngày để xem hình ảnh và video được chia sẻ bởi các thương hiệu yêu thích của họ. Lúc này, việc sử dụng các tính năng Hashtag phải liên quan và có kết nối phù hợp với sản phẩm của bạn để khách hàng có thể dễ dàng tìm thấy được bạn ngay trên hàng tỷ hình ảnh được upload lên Instagram mỗi ngày.

• Thu hút sự tương tác của cộng đồng

Instagram có thể cung cấp nền tảng lý tưởng để thu hút khách hàng và đánh bại các nền tảng truyền thông xã hội khác về mức độ phổ biến. Điều này cho thấy rằng, Instagram không chỉ là nơi cung cấp nền tảng cộng đồng mà nó còn thu hút hàng trăm triệu người dùng khác bởi cách sử dụng dễ dàng và tiện dụng.

• Nhận Feedback

Cũng như bất kỳ nền tảng truyền thông nào, các nhóm marketing có thể sử dụng Instagram để nhận Feedback của khách hàng về sản phẩm, dịch vụ của họ cũng như là những phản hồi về các chiến dịch truyền thông. Việc xem xét các ý kiến phản hồi này sẽ

phản ánh được suy nghĩ của độc giả để làm cơ sở đánh giá, sửa đổi cách thức làm cũng như điều chỉnh chiến dịch cho phù hợp.

• Đánh giá mức độ cạnh tranh với các thương hiệu khác

Tồn tại từ năm 2010, sau gần một thập kỷ phát triển thì Instgram cũng đã trở thành một công cụ tiếp thị quan trọng đối với nhiều thương hiệu. Vì vậy, bạn có thể dễ dàng nắm bắt thông tin của đối thủ cạnh tranh của mình và biết được họ đang làm gì, đang áp dụng cái gì vào trong chiến lược truyền thông.

3. Những bài post có yếu tố viral

Instagram không phải là một trang thương mại điện tử bán hàng, nó đóng vai trò là chủ nhà cho các thương hiệu bán sản phẩm của họ. Dưới đây là một vài điểm nhấn để tạo cho bài đăng của bạn có thể Viral:

• Đảm bảo tài khoản của bạn hiển thị khi mọi người tìm kiếm, do vậy bạn nên tối ưu từ tên cho đến ảnh Avatar. Nếu là tài khoản doanh nghiệp, Instagram khuyến nghị bạn nên dùng Logo làm ảnh Avatar.

• Nội dung của bài đăng nên là những thông tin đáp ứng nhu cầu của khách hàng, kết hợp tốt giữa thông điệp bạn muốn truyền tải và những nội dung thú vị được đánh giá bởi độc giả của bạn.

• Khi truyền thông thì hình ảnh bạn sử dụng phải rực rỡ và bắt mắt. Mọi người quan tâm và chia sẻ hình ảnh không phải chỉ vì họ thích sản phẩm, dịch vụ của bạn mà ít nhất, hình ảnh họ chia sẻ phải đủ hấp dẫn.

• Hình ảnh nên chụp từ nhiều góc khác nhau, đảm bảo hậu cảnh đẹp, hình ảnh sắc nét để mang đến cho khách hàng cái nhìn tổng quan nhất về sản phẩm, dịch vụ mà bạn cung cấp.

• Nhất quán trong hình ảnh của bạn sẽ rất quan trọng. Sự nhất quán này sẽ làm cho khách hàng có thể kết nối các hình ảnh của bạn lại với nhau và nhận ra bạn giữa hàng tá hình ảnh mà họ nhìn thấy trong ngày.

• Đừng quên ngoài hình ảnh còn có video. Video được đánh giá là hình thức truyền thông tốt hơn nhiều bởi chúng sẽ khiến độc giả của bạn chú ý lâu hơn.

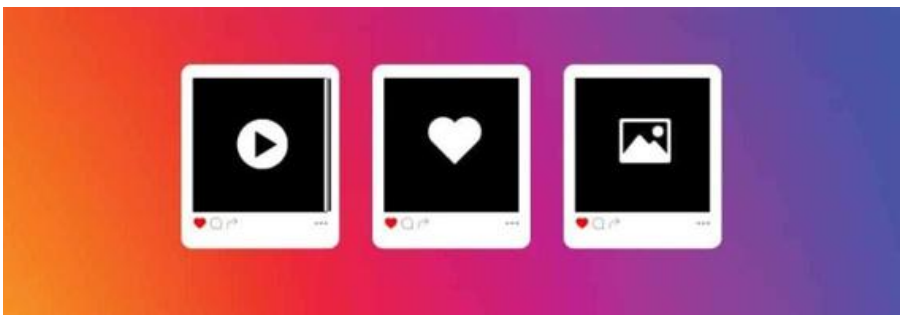
• Thời gian đăng bài chính là chìa khóa mang lại hiệu quả từ việc

đăng tải hình ảnh hay video. Bạn nên test thử để biết khoảng thời gian nào là tốt nhất cho mình và đừng quên cho độc giả biết khi nào bạn sẽ đăng bài tiếp theo để họ có thể đón chờ và tương tác với bài đăng của bạn.

• Bộ lọc là công cụ hỗ trợ đắc lực cho việc nâng cao chất lượng hình ảnh trong bài đăng, nhưng cũng đừng quên ngoài bộ lọc bạn còn rất nhiều phần mềm hỗ trợ khác nữa.

• Và cuối cùng, hãy lấy khách hàng làm trung tâm là tiêu chí cho thông điệp truyền tải của bức ảnh.

4. Chiến lược về hình ảnh/video trên Instagram



Bí quyết chụp ảnh

• Nhìn đời qua những ô vuông

Hiện nay, khi ứng dụng chụp ảnh của điện thoại di động ngày càng trở nên thông minh thì việc bạn chọn chế độ vuông khi chụp là điều dễ dàng. Tuy nhiên, nếu bố cục hình ảnh của bạn không nằm trong ô vuông thì cũng đừng quá lo lắng, hiện nay Instagram đã cho phép người dùng đăng tải hình ảnh ở chế độ dọc, ngang nếu bạn tùy chọn định dạng trước khi tải nội dung lên.

• Đặt chủ thể theo quy tắc ⅓

Đây thường được gọi là "tỷ lệ vàng" trong giới nhiếp ảnh. Hiện nay thì ở hầu hết các thiết bị di động hay máy ảnh đều có chế độ chụp ảnh lưới (grid), chia sẵn khung ảnh ra làm 9 phần bằng nhau, giúp cho người chụp có thể dễ dàng đặt chủ thể trong bức ảnh của mình vào "tỷ lệ vàng" đó. Những chủ thể sẽ được đặt trên các đường lưới hoặc trên điểm giao nhau của chúng để tạo thêm chiều sâu và ấn tượng cho bức ảnh.

• Lấy đối xứng

Ảnh đối xứng thực sự có sức hút đối với những tín đồ ưa hoàn hảo và nó tạo cảm giác cân bằng cho người xem. Trên thực tế, bố cục này rất phổ biến trong cuộc sống và sự đối xứng được đối chiếu nhau qua một trục (thẳng đứng, ngang, hoặc chéo), nó tạo ra một sự hài hòa, trật tự và có tính thẩm mỹ cao.

• Sáng tạo với các góc nhìn khác nhau và tận dụng các "đường kẻ điều hướng"

Thông thường, chúng ta luôn nhìn chủ thể theo hướng chính diện, bây giờ bạn có thể thử chụp nó theo nhiều góc cạnh khác nhau như từ trên cao chụp xuống, từ bên dưới chụp lên, hay chụp theo góc nghiêng của chủ thể. Bằng cách thay đổi nhỏ trong góc chụp này, bạn sẽ thấy sự khác biệt và dễ dàng lựa chọn được những góc chụp đẹp nhất cho bức ảnh của mình.

Ngoài ra, hãy kết hợp các đường kẻ trong bức ảnh của bạn, các đường kẻ này có thể là các yếu tố tự nhiên, như đường đi, đường gạch đá hay hàng cây trải dài tầm mắt đến chủ thể chính. Người ta hay gọi nó là "những đường kẻ điều hướng", nó giúp thu hút ánh mắt của người xem đến bất cứ chủ thể nào mà bạn muốn họ tập trung vào đó ở trong bức ảnh.

• Phóng to chi tiết

Đối với những doanh nghiệp bán sản phẩm, hãy tận dụng tối đa những hình ảnh chụp cận cảnh để làm nổi bật rõ chất liệu, kích cỡ cũng như màu sắc của chủ thể. Bởi vì, hầu hết người dùng truy cập Instagram trên thiết bị di động, với giao diện bé như vậy thì những hình ảnh chụp cận cảnh các chi tiết sẽ được đánh giá rất cao.

• Phối màu

Cách phối màu hấp dẫn nhất vẫn là hai màu tương phản, chủ thể sáng thì nền màu tối, ngược lại, nếu chủ thể tối màu nền sẽ sáng. Hai màu nóng lạnh tương phản với nhau sẽ làm nổi bật chủ thể trong bức ảnh của bạn. Và trong việc chụp ảnh sản phẩm thì background màu trắng luôn là sự lựa chọn tối ưu.

Bí quyết chỉnh ảnh

Việc sử dụng cùng tông màu, cùng kiểu thiết kế cho hình ảnh một cách nhất quán sẽ giúp tăng tính nhận diện thương hiệu cho khách hàng của bạn. Các bộ lọc chỉnh sửa ảnh của Instagram là yếu tố trọng tâm của ứng dụng này, ngoài ra còn có các tính năng

như xoay, lật hình ảnh, điều chỉnh độ sáng, độ tương phản, độ ấm, độ bão hòa, độ sắc nét của bức ảnh… hãy áp dụng một cách tinh tế sao cho hình ảnh của bạn có thể tiếp cận với đối tượng mục tiêu một cách tự nhiên nhất và việc bạn nhất quán sử dụng một bộ lọc cố định cho tất cả các bức ảnh của mình trên Instagram sẽ phản ánh chính xác văn hóa và tính cách thương hiệu của bạn (vui vẻ, sâu lắng, nghiêm túc hay chuyên nghiệp…).

Tạo Instagram story thu hút

• Sticker

Trong phần Sticker, ngoài việc thể hiện cảm xúc bằng những sticker ngộ nghĩnh đáng yêu và đầy màu sắc có sẵn của Instagram, bạn có thể đặt câu hỏi cho khách hàng của mình để họ có thể trả lời trong chính Story đó. Đây là một cách tương tác tự nhiên khá hữu ích dành cho thương hiệu và là cách tuyệt vời để bắt đầu một cuộc trò chuyện nhanh với người hâm mộ và khách hàng của bạn. Bạn cũng có thể sử dụng tính năng này để tạo một cuộc thăm dò ý kiến, từ đó có thể dễ dàng cải thiện sản phẩm dịch vụ của mình tốt hơn.

• Các chế độ Boomerang, Lấy nét, Superzoom, Tua lại, Chữ và Live

Bạn có thể sử dụng chúng để tạo ra sự mới mẻ cho nội dung Instagram Story của mình.

Ví dụ, dùng Boomerang để tạo ra sự lặp đi lặp lại cho một hành động thú vị nào đó nhằm thu hút người xem.

• Tính năng “Swipe up” (Trượt lên)

Với tính năng này, các doanh nghiệp có thể điều hướng traffic đến website của mình, tuy nhiên, nó chỉ có sẵn cho các tài khoản Instagram đã được xác minh (những tài khoản sở hữu dấu tích xanh), hoặc các tài khoản doanh nghiệp có trên 10.000 followers mà thôi. Lời kêu gọi hành động ở đây thường là Tìm hiểu thêm, Cài đặt ngay, Mua ngay, Xem thêm… khi người dùng vuốt lên họ sẽ được chuyển đến một website cụ thể.

• Tin nổi bật (Stories highlight)

Tin trên Story sẽ biến mất sau 24 giờ đăng tải, do vậy, Instagram cung cấp tính năng Tin nổi bật để chúng ta có thể lưu trữ những câu chuyện quan trọng của mình trong hồ sơ cá nhân khi hết hạn. Việc này sẽ giúp cho những Follower không kịp xem tin của bạn

có thể xem lại nó sau này. Tin nổi bật còn cho phép bạn nhóm những câu chuyện có liên quan lại với nhau thành một album để người dùng dễ dàng theo dõi hơn.

Instagram Video

• Chọn thumbnail ấn tượng để thu hút được sự tương tác với người dùng. Khi bạn đăng video thì thumbnail sẽ được hiển thị trước khi bạn click vào xem video. Điều đó có nghĩa là bạn phải thu hút người xem bằng chính hình đại diện này. Phải hấp dẫn, người dùng mới click vào xem!

• Chọn video có khả năng lan truyền và có tỷ lệ tương tác cao. Điều này chỉ xảy ra khi video này có mối liên hệ với người xem, họ tìm thấy chính họ và những người liên quan trong đó.

• Khi sử dụng video để truyền thông trên Instagram cho sản phẩm dịch vụ, bạn cần đảm bảo rằng đoạn video có đủ sub đi kèm để người xem không bật loa vẫn có thể hiểu được nội dung truyền tải của video.

• Ngoài ra, Instagram cũng có tính năng Livestream rất giống với Facebook. Khi Livestream thì Instagram chủ động thông báo cho tất cả người theo dõi bạn, do vậy tỷ lệ tương tác chắc chắn cao hơn nhiều so với Facebook. Tuy nhiên, tính năng livestream lại chưa được chú ý nhiều trên platform này.

5. IGTV

Bạn có thể sử dụng IGTV để mở rộng phạm vi và tầm ảnh hưởng của mình trên Instagram bằng những video dài như trên Youtube.

Với IGTV, bạn không thể quay được video trực tiếp trên ứng dụng này, mà phải đăng tải các tệp video có sẵn từ bên ngoài lên kênh của mình. Và những người đang Follow trang Instagram của bạn sẽ được tự động theo dõi kênh IGTV của bạn. IGTV cũng thường đề xuất nhiều video liên quan cho người dùng trên ứng dụng, do đó mà bạn sẽ có cơ hội phân phối video của mình tới những người dùng mới, có mối quan tâm đến những nội dung tương tự những chủ đề mà họ đã xem.

6. Tối ưu hóa nội dung Instagram

• Bài đăng nhiều hình ảnh

Instagram cho phép người dùng đăng tối đa là 10 hình ảnh hoặc video trong cùng một bài post, bạn có thể áp dụng filter (bộ lọc) cho tất cả hoặc chỉnh sửa từng hình ảnh hay từng video một. Tính năng này thực sự hữu ích khi doanh nghiệp muốn thể hiện mọi góc cạnh của một sản phẩm.

Với các tính năng này, các bạn có thể tham khảo những loại nội dung sau đây cho bài đăng để sử dụng cho chiến lược nội dung của mình: dạng hình ảnh thể hiện quy trình từng bước, dạng đặt câu hỏi trắc nghiệm, trưng bày nhiều sản phẩm cùng một lúc, mở rộng ảnh toàn cảnh…

• Tận dụng phần chú thích của bài post

Khi có chiến lược sử dụng hình ảnh tốt cùng với caption hợp lý, người dùng sẽ "tự dưng" bị thu hút, chưa kể đến chú thích của bạn có bao gồm cả những hashtag, hay việc bạn thêm vị trí, hoặc tag người khác sẽ giúp tăng mức tương tác lên đến hơn 70%.

Lưu ý: Nếu caption dài, bạn nên ngắt chúng thành từng đoạn nhỏ hơn để mắt người dùng có thời gian nghỉ ngơi.

7. Quảng cáo Instagram

Các trang doanh nghiệp có thể sử dụng quảng cáo trả tiền trên Instagram để tiếp cận đến đúng đối tượng mục tiêu. Quảng cáo Instagram cũng giống như các loại quảng cáo khác trên Social Media, nó được gắn với chữ "Được tài trợ" phía dưới tên người dùng, được sử dụng để nâng cao nhận thức về thương hiệu, thúc đẩy tương tác và lưu lượng truy cập nhằm tăng tỷ lệ chuyển đổi và doanh thu cho thương hiệu.

Về cơ bản quảng cáo trên Instagram có cách tạo giống hệt với

quảng cáo trên Facebook chỉ khác ở vị trí quảng cáo, cách tạo và quản lý tài khoản Facebook Ads cũng như việc liên kết tài khoản Facebook với Instagram, hay cách tối ưu hóa quảng cáo bạn có thể tham khảo trong 2 cuốn sách do MediaZ xuất bản đó là: *Facebook Marketing 4.0 và Instagram - Giải pháp xây dựng thương hiệu và bán hàng.*

Mục tiêu quảng cáo trên Instagram

• Mức độ nhận biết thương hiệu

• Số người tiếp cận

• Lưu lượng truy cập (dành cho số lần nhấp vào trang web hoặc cửa hàng ứng dụng dành cho ứng dụng của bạn).

• Số lượt cài đặt ứng dụng

• Tương tác (chỉ dành cho tương tác bài viết)

• Số lượt xem video

• Chuyển đổi (dành cho chuyển đổi trên trang web hoặc trong ứng dụng)

• Tìm kiếm khách hàng tiềm năng

Những thông tin về quảng cáo Instagram cơ bản mà chúng ta cần nhớ:

• Quảng cáo Instagram (ảnh hoặc video) sẽ xuất hiện giữa luồng nội dung thông thường trên Newsfeed của người dùng mục tiêu trên ứng dụng Instagram.

• Các loại hình quảng cáo: Instagram Image Ads (Quảng cáo hình ảnh), Instagram Video Ads (Quảng cáo video), Instagram Carousel Ads (Quảng cáo quay vòng), Instagram Stories Ads (Quảng cáo trong tin)

• Quảng cáo có thể tạo ở dạng hình vuông hoặc ngang.

• Tất cả quảng cáo sẽ có nút Call to Action và được liên kết.

• Kích thước hình ảnh được đề xuất cho quảng cáo Instagram ở định dạng vuông là 1080 x 1080 pixel. Tỷ lệ khung hình cho quảng cáo Instagram ở định dạng vuông là 1:1. Nếu bạn sử dụng định dạng ngang, hình ảnh hoặc video của bạn sẽ có tỷ lệ khung

hình 1,9:1. Quảng cáo video phải dài không quá 30 giây hoặc kích thước không quá 30 MB.

• Caption bạn sử dụng cho quảng cáo Instagram sẽ xuất hiện bên dưới nội dung quảng cáo (hình ảnh, video) và có thể bao gồm tối đa 300 ký tự. Không nên sử dụng URL trong văn bản quảng cáo vì người dùng không thể click vào đường link đó và nó cũng rất rối mắt cho người dùng.

• Quảng cáo Instagram phải tuân thủ các nguyên tắc giống như quảng cáo trên Facebook, bao gồm quy tắc 20% text.

Khi nào quảng cáo Instagram đạt hiệu quả?

• Quảng cáo mang tính nhận diện thương hiệu

Hãy tìm ra những cách thức độc đáo để kết hợp logo, icon, hay màu sắc chủ đạo của thương hiệu bạn một cách hài hòa, tinh tế để nó không quá khác biệt so với phong cách của những bài viết thông thường. Điều này tạo ra sự quen thuộc cho khách hàng và tăng tính nhận diện thương hiệu cho đối tượng mục tiêu.

• Concept quảng cáo mang tính định hướng

Việc đưa ra concept ban đầu sẽ giúp cho bạn không bị hiểu sai hướng khi thiết kế, đáp ứng được yêu cầu và giá trị cốt lõi mà doanh nghiệp đề ra trong việc định vị hình ảnh thương hiệu.

• Hình ảnh đẹp mắt, caption hấp dẫn

Một hình ảnh thu hút là khi nó không quá phức tạp, bố cục được sắp xếp một cách hợp lý, ánh sáng cân bằng, độ phân giải cao, không bị méo mó và quan trọng là không bị vi phạm nguyên tắc 20% text của Facebook. Các bạn cũng đừng quên một caption hấp dẫn để kích thích người tiêu dùng hay sử dụng những hashtag điều hướng cho từng chiến dịch.

8. Instagram Analytics

Giống như các kênh truyền thông mạng xã hội khác, trong trang doanh nghiệp Instagram các bạn sẽ thấy phần thống kê được gọi là Insight. Những chỉ số trong bảng thống kê này giúp doanh nghiệp có thể đánh giá được hiệu quả của chiến lược nội dung, biết được những bài đăng nào hoạt động tốt nhất, dạng bài đăng nào có lượng tương tác cao trong một khoảng thời gian nhất định, từ đó có thể cải thiện chất lượng các bài đăng sắp tới và tối ưu các hoạt động marketing khác của mình trên Instagram.

9. Cách thu hút nhiều người theo dõi trên Instagram

• Theo dõi nhiều người nhất có thể

• Tổ chức một cuộc thi trên Instagram

• Sử dụng các tính năng mới của Instagram như Instagram Stories, theo dõi Hashtag

• Thêm tài khoản Instagram vào phần chữ ký của Email

• Mua lượt theo dõi

• Tương tác với các tài khoản khác, với khách hàng bằng cách thả tim, bình luận vào hình ảnh, hay video của họ và sử dụng chính hình ảnh của khách hàng để tạo niềm tin với những người dùng khác.

• Sử dụng Hashtags phổ biến như #instafollow, #followback, #love, #food, #beauty, #l4l (like for like), #f4f (follow for follow)... vào phần mô tả hay sử dụng ứng dụng Top tags for like for Instagram để dán 20-30 Hashtag nổi tiếng để nhiều người biết đến hơn khi họ tìm kiếm một thông tin gì đó bằng Hashtag.

• Sử dụng tag địa lý, gắn những địa điểm chính xác để người dùng dễ dàng thấy hình ảnh của bạn hơn

• Đăng ảnh thường xuyên nhưng không quá nhiều

• Bạn nên đăng ảnh lên Instagram đó là thời gian trước và sau khi tan sở, tan học và khoảng 2-3 giờ chiều các ngày trong tuần.

• Share hình ảnh lên các tài khoản mạng xã hội khác nhau

Sunbook – thắp sáng tri thức

Sunbook là nhà phát hành, phân phối sách của nhiều thương hiệu, trong đó nổi bật như **MZBook** với dòng sách về Digital Marketing, **MMO** với các đầu sách về kiếm tiền online hay **Easylife** với các đầu sách cho tối ưu cuộc sống.

Với slogan "Thắp sáng tri thức" Sunbook mong muốn mang những kiến thức hay nhất, hữu ích nhất đến các độc giả Việt. Và đây cũng chính là định hướng xuyên suốt cho các hoạt động của Sunbook trong những chặng đường tiếp theo.

Do vậy, dự án Free-ebook ra đời trong sự kết hợp của **Sunbook và MediaZ Agency** mang đến cho độc giả những cuốn ebook nhỏ liên quan đến một số chủ đề của ngành Digital Marketing. Hy vọng các bạn sẽ nhận được nhiều kiến thức hữu ích, bổ sung được những nội dung nền tảng liên quan đến ngành để hoàn thành tốt hơn công việc của mình.

Đừng ngại liên hệ với Sunbook của tụi mình nếu có bất cứ góp ý, đánh giá nào thông qua email: contact@sunbook.vn

Cảm ơn bạn vì đã ở đây đồng hành cùng Sunbook để khám phá những nội dung hay, hữu ích với bạn!

Đội ngũ đồng thực hiện

Sunbook MZBOOK mediaz